

GABRIELA VOGADO E NÁDIA LAÍS MACEDO

REVISTA VIVER SAUDÁVEL

Nutrição: restrições e distúrbios alimentares

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, como um dos requisitos para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Maria Gláucia Magalhães

Brasília/DF, 2012

GABRIELA VOGADO E NÁDIA LAÍS MACEDO

REVISTA VIVER SAUDÁVEL

Nutrição: restrições e distúrbios alimentares

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, como um dos requisitos para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Maria Gláucia Magalhães

Brasília/DF, 09 novembro de 2012

Banca Examinadora

Professora Maria Gláucia Magalhães

Orientadora

Professora Cláudia Busato

Examinadora

Professor Luiz Cláudio Ferreira

Examinador

Agradecimentos

Primeiramente a Deus pela fé e força que nos permitiu chegar até o fim da graduação. Aos nossos pais, filho, irmãos e familiares pela compreensão, força e apoio nas horas difíceis, em que pensamos que nada mais daria certo. Enfim, deu e nós queremos apenas deixar o nosso muito obrigada.

Aos amigos que estiveram por perto e nos estenderam a mão nos períodos de crise, e que compreenderam a importância e o valor deste momento para nós.

Aos companheiros de curso, que acompanharam o nosso crescimento acadêmico e cresceram junto com a gente. As aulas, os trabalhos e os anos de curso não teriam sido tão bons se a turma fosse outra. Cada momento vivido no foi muito importante.

À professora Gláucia, que durante a execução do produto sempre esteve disposta a ajudar e a ouvir os nossos anseios e desesperos. Graças aos palpites e às ideias que surgiram em cada reunião conseguimos chegar ao resultado final como esperávamos. Obrigada.

Aos queridos professores Cláudia Busato e Luiz Cláudio, por estarem sempre prontos para contribuir com o sucesso da revista e por confiarem tanto na nossa capacidade e talento. E, mais do que qualquer outra coisa, por acreditarem que este sonho se tornaria realidade.

Ao companheiro Israel Cerqueira, que fez do nosso projeto uma coisa real. Super obrigada pelo trabalho de excelência no design do site. A sua contribuição e o seu talento foram presentes maravilhosos. O projeto não sairia do papel sem a sua participação.

Às nossas fontes, agradecemos por partilharem da experiência e conhecimento, que deram credibilidade ao nosso produto.

Eu, Gabriela Vogado, agradeço em especial, a minha sócia Nádia Laís, pela coragem de encarar este projeto junto comigo. Nós enfrentamos vários obstáculos, mas conseguimos. Obrigada por confiar em mim, no meu potencial e na minha vontade de fazer dar certo.

Eu Nádia Laís, agradeço em especial, a Gabriela Vogado pelo convite para fazer parte deste projeto e por ter acreditado na minha capacidade e responsabilidade. Não poderia surgir parceria melhor, mesmo em situações complicadas o respeito e a cordialidade nos

acompanharam até o final e isso foi muito importante para o bom desenvolvimento da revista. A parceria deu tão certo que hoje posso chama-la de sócia!

"A inquietação faz parte, mas é a confiança que impulsiona."

Fernanda Gaona

Resumo

A Revista Viver Saudável é um projeto experimental na modalidade produto de comunicação referente ao Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Jornalismo. O produto é uma revista eletrônica sobre restrições e distúrbios alimentares, voltada às pessoas que convivem com esses transtornos e também às que se interessam por assuntos de nutrição e saúde. O objetivo da revista é alcançar o maior número de pessoas, levando informação através da rede mundial de computadores, com o foco em assuntos de alimentação restritiva ocasionada por distúrbios e transtornos que ainda são pouco explorados pela mídia. A ideia da revista nasceu no início de fevereiro de 2012, com a idealização de Gabriela Vogado que convidou Nádia Laís para desenvolverem juntas o projeto. Por saber que Nádia partilhava de um desejo comum de fazer um curso de Nutrição, antes de optar pelo Jornalismo, Gabriela achou que a parceria poderia dar certo. Toda a pesquisa do projeto começou a ser feita ao longo dos meses de março, abril e maio de 2012. A apuração e redação das matérias do projeto foram feitas entre setembro e outubro do mesmo ano. Além das matérias, a revista traz receitas, informações e serviço.

Palavras-chave: Revista, Saúde, Nutrição, Transtornos, Distúrbios, *Internet*.

Sumário

INTRODUÇÃO	7
1. OBJETIVO.....	7
1.1 Justificativa.....	7
1.2 Estratégia	8
1.3 Escolha do tema	8
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	10
2.1 Sobre Revistas.....	11
2.2 A internet como veículo	13
3. METODOLOGIA	16
3.1 Levantamento de Revistas.....	16
3.1.1 Revista Boa Forma.....	16
3.1.2 Revista Corpo a Corpo	16
3.1.3 Revista Dieta Já!	17
3.1.4 Revista Men's Health.....	18
3.1.5 Revista Pense Leve	19
3.1.6 Revista Saúde é Vital	19
3.1.7 Revista Viva Saúde	20
3.1.8 Revista Vivendo Bem com Diabetes.....	21
3.1.9 Revista Women's Health	21
4. VIVER SAUDÁVEL	23
4.1 Das Cores	24
4.2 Das Fontes	24
CONCLUSÃO.....	25
REFERÊNCIAS	27
ANEXOS.....	28

INTRODUÇÃO

Viver Saudável é uma revista em formato eletrônico, com a temática “Nutrição: restrições e distúrbios alimentares”. A proposta deste projeto é informar pessoas que têm interesse na área de nutrição e dietética, com possibilidades de tratamento, exemplos de receitas de alimentação saudável, curiosidades, serviço, entre outros assuntos.

No site, as autoras tratam sobre cinco problemas de saúde relacionados à alimentação – anorexia, bulimia, diabetes, doença celíaca ou intolerância a glúten e intolerância à lactose – e o outro tema apresentado é a chamada vigorexia ou transtorno dismórfico muscular – doença relacionada à prática exagerada de exercícios físicos.

A ideia de usar mídia eletrônica é possibilitar ao leitor o acesso de qualquer lugar do mundo e deixá-lo o mais perto possível da tecnologia, preparando um material didático e multimídia.

1. Objetivo

O objetivo de desenvolver a página na internet é atingir pessoas portadoras de doenças relacionadas à alimentação, familiares e profissionais de saúde cedendo informações e possibilitando uma troca de experiências no mundo virtual.

1.1 Justificativa

A escolha do tema foi feita a partir da percepção do aumento de patologias relacionadas à alimentação e por ser tratar de assuntos pouco abordados em revistas de saúde.

A familiaridade com a nutrição e a vontade, antes de iniciar o curso de Jornalismo, de concluir a graduação nessa área, foi outro fator importante. Por isso, as autoras aceitaram o desafio que une a paixão pelo jornalismo, o interesse pela nutrição e a curiosidade em conhecer mais sobre outras áreas de atuação – como psicologia e medicina.

O jornalismo não trabalha só com um tipo de mídia, por isso, a opção de criar um espaço onde é possível encontrar texto, vídeo e áudio e dar ao leitor a chance de ter informações mais completas, trocar experiências com outras pessoas e opinar no trabalho realizado.

1.2 Estratégia

A execução do site de Viver Saudável se fez possível, primeiramente, a partir do registro de um domínio na Internet. Pode-se dizer que o domínio é o endereço eletrônico digitado pelo usuário ao acessar a página. Ou seja, o nome do produto lançado. O segundo passo foi comprar um pacote de hospedagem de sites, que oferecesse armazenamento de dados na web.

Para dar conteúdo ao projeto, foi feito um levantamento baseado nos temas abordados em nove revistas reconhecidas pelo público nacional e internacional. São elas: Boa Forma, Corpo a Corpo, Dieta Já!, Men's Health, Pense Leve, Saúde é Vital, Viva Saúde, Vivendo Bem com Diabetes e Women's Health. As pesquisas mostraram que ainda não há nenhum produto com este foco no mercado jornalístico brasileiro. Algumas edições abordam os temas escolhidos pelas autoras de Viver Saudável de maneira superficial – dietas segmentadas para o problema enfrentado e que permitem a perda de peso com ganho de saúde e qualidade de vida.

Outro método de pesquisa utilizado foram as entrevistas feitas pelas autoras com diversos profissionais de saúde, como por exemplo: nutricionistas, médicos, psicólogos e profissionais de educação física.

1.3 Escolha do Tema

Pesquisar e escrever sobre um assunto voltado para a própria área de atuação, às vezes, pode parecer mais fácil. Trabalhar individualmente pode ser menos estressante. Principalmente pelo fato de que todas as cobranças serão feitas por você através de sua consciência. Mas, a parte menos difícil neste projeto foi encontrar o segundo elemento da dupla.

É muito delicado dividir ideias com outra pessoa. A menos que haja uma sincronia e confiança enormes entre as partes envolvidas. É difícil encaixar horários para pesquisa e discussões sobre o tema. Pelo menos na parte de projeto foi complicado deixar tudo pronto na data certa, principalmente porque além das outras disciplinas do semestre, tivemos que manter as atividades externas em andamento. Conciliar trabalho, faculdade e família tornou-se uma tarefa ainda mais difícil.

O medo maior apareceu já no final do sexto semestre, quando veio a constatação de que havia poucos meses pela frente e grande responsabilidade nas mãos: conseguir personagens e criar matérias suficientes para preencher o nosso espaço na *web*, além de encontrar alguém que entendesse de informática e de *design* gráfico para montar a estrutura da revista.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Os princípios básicos do jornalismo são iguais para todos os veículos de comunicação. Em revistas e na mídia *online* não é diferente. O que importa é fazer jornalismo de qualidade. Para tanto, os norteadores do jornalista devem ser: compromisso com a verdade, respeito aos princípios éticos, bom texto, boa apuração, entre outros.

Vilas Boas (1996) diz que para começar a escrever um texto para revista, primeiro deve-se agrupar ideias de um mesmo assunto e sentido, para então estabelecer, desde o início, uma sequência de raciocínio, e por fim a escolha do tom (linguagem mais apropriada).

Pereira Junior (2006, p. 77) apresenta um quadro que “reproduz livremente uma série de etapas para a investigação jornalística, apresentada pelo colombiano Daniel Samper, em 1991, em nome do Centro Técnico da Sociedade Interamericana de Imprensa (SIP)”. Segundo Samper (Apud PEREIRA JUNIOR, 2006), a investigação jornalística deve ser feita em quatro fases:

Fase 1) elaboração de pauta – pista inicial + sondagem inicial + preparação de pauta; Fase 2) pré-produção – análise das fontes + sequência de abordagem; Fase 3) produção – confrontação de informações + checagem; Fase 4) pós-produção – redação + produção visual da reportagem + reserva de documentação.

A partir da leitura do segundo capítulo do livro de Pereira Junior, observa-se que a elaboração de um plano de ação é importante para situar o repórter durante o processo de preparação da pauta. “O plano de ação ajuda a organizar o que a reportagem quer demonstrar”, explica. Mas o autor completa a ideia afirmando que “há quem confunda pauta e tema. A falta de professores nas salas de aula da periferia é pauta. A crise brasileira na educação, questão mais ampla, que lhe serve de guarda-chuva, tem ambição enciclopédica. Um dá lide. Outro dá livro” (PEREIRA JUNIOR, 2006, p. 79).

Um passo importante na pré-produção é a análise das fontes, que considera fatores como “as relações, o valor, a situação, os riscos e a credibilidade das fontes” (PEREIRA, 2006, p. 83). A sequência de abordagem das fontes também faz parte da apuração da notícia. Segundo Pereira, o comunicólogo Pepe Rodriguez afirma que é importante definir em que momento e ordem deve-se manter contato com as fontes: por ordem de importância ou crítica (PEREIRA JUNIOR, 2006, p. 83).

O período de produção da notícia acontece desde a relação com as fontes até a edição do texto. Pereira afirma que, durante o contato com as fontes, “é preciso ter um panorama geral do que se tem para saber o que é preciso levantar para ir em frente” (PEREIRA, 2006, p. 86). Ou sejam o domínio do assunto, a partir da leitura de artigos ou documentos paralelos, por exemplo, torna o trabalho do repórter mais rápido e fácil.

Depois de iniciada a pauta, é necessário que o jornalista escolha a abordagem do tema. Vilas Boas diz que a escolha do tema tem início da inquietude do jornalista, do desejo que ele tem de desvendar o mistério e compreender a ocorrência pela raiz. “O jornalista escolhe a angulação, as fontes e a linha de raciocínio que o levará ao alvo (propósito) à comprovação do objeto gerador da inquietude” (VILAS BOAS, 1996, p. 105).

O script é um facilitador na hora da entrevista. “Roteiro de perguntas pode ser muito útil. Se houver desvio, permite que se retorne o rumo da prosa, assim que puder. Ajuda a não esquecer do assunto que o levou até o entrevistado” (PEREIRA JUNIOR, 2006, p. 103).

Finalizado todo esse processo, vem a etapa de revisão da matéria/reportagem. Para Vilas Boas (1996) quem se propõe a escrever um texto jornalístico não pode ter preguiça ou receio de revisar.

Sempre que possível, desconfie do seu texto. Nunca acredite no seu primeiro “rascunho”. Você certamente não deve ter feito o melhor que pode. A revisão também é uma ferramenta. E o segredo estará em revisar quantas vezes forem necessárias, até que seus objetivos tenham sido alcançados. Escrever para jornalismo é uma arte. Mas ser tolerante é a própria essência do ofício.

O autor ainda ressalta:

Lembre-se de que qualquer erro ou engano é passível de correção. A revisão existe exatamente para isso. Ao trabalhar pelo acabamento final do texto, você estará não só aperfeiçoando o “ofício” como também facilitando a vida do leitor.

2.1 Sobre revistas

Em estudos sobre a história das revistas, nota-se que a vocação do veículo não está apenas em noticiar, mas também em educar e entreter. No livro *Jornalismo de revista*, Marília Scalzo afirma que as revistas surgiram com dois lados – o da diversão (distração) e o da formação e educação de grande parte da população.

No início, as revistas tinham o aspecto parecido com o dos livros. A diferença é que elas queriam atingir um público específico e, por consequência, aprofundavam os assuntos, além de terem periodicidade de publicação.

No século XIX, a revista ganhou espaço e alguns dos modelos que começaram a se desenvolver traziam textos voltados para uma única área do conhecimento ou assuntos científicos. Assim surgiram os segmentos que deram origem aos periódicos especializados, ligados a categorias profissionais ou temas de interesse técnico.

Vilas Boas (1996) lembra que no período das suas grandes guerras, as revistas desempenhavam um papel abrangente e eram as únicas que ofereciam aos leitores imagens nítidas dos acontecimentos relatados diariamente pelos jornais.

Em 1957, como reação ao surgimento da televisão que estava tomando o público das revistas, O Cruzeiro e Manchete, duas das revistas mais vistas na época, começaram a usar cores para ficar mais atrativas, já que os televisores ainda transmitiam imagens em preto-e-branco (VILAS BOAS, 1996).

Pode-se observar que o formato inicial foi sofrendo alterações até chegarem aos modelos atuais, inclusive o digital. A maioria das publicações tem versão impressa e *online*, que é uma adaptação à nova realidade e necessidades do público.

IstoÉ foi a primeira revista brasileira a utilizar, além da versão impressa, a variante *online*. Depois dela surgem as demais revistas digitais. No jornalismo atual, percebe-se que o mercado de revistas impressas está investindo, cada vez mais, na versão digital do produto para atender às novas necessidades do público (PRADO, 2011).

Magaly Prado acredita que com a hipersegmentação se alastrando na rede, o espaço se torna propício para abrigar todos os tipos de revista e atingir públicos diferenciados. Helen Jacob (apud PRADO, 2011, p.22), especialista em jornalismo em revistas, complementa: “Hoje, quanto maior a segmentação, maior será o alcance de um público específico que interesse àquele título, realidade que se expande para o meio digital.”

2.2 A internet como veículo

Na internet as revistas segmentadas estão ganhando mais espaço. Para Helen Jacob (apud PRADO, 2011) no acirrado mercado jornalístico a grande aposta é a segmentação alinhada com a versão digital, levando em conta as redes sociais, que, para ela, são fundamentais para a divulgação das revistas digitais.

Um diferencial que a revista *online* traz é a proximidade com o leitor, que fica mais visível do que em nos modelos tradicionais (impressos), já que existe a possibilidade de ele comentar abaixo das matérias, acrescentar informações a elas, apresentar as próprias experiências, entre outras ações que contribuem para a melhora do conteúdo da publicação. Nas versões impressas, apenas algumas cartas e comentários de leitores são selecionados e publicados, pois tem um espaço limitado para cada página.

Segundo Pinho (2003, p. 49) “a Internet é uma ferramenta de comunicação bastante distinta dos meios de comunicação tradicionais – televisão, rádio, cinema, jornal e revista”. O autor considera que a entrada de jornais e revistas na internet significa o início de um novo veículo de comunicação “que reúne características de todas as outras mídias e que tem como suporte as redes mundiais de computadores” (PINHO, 2003, p. 115).

Outro diferencial é que na rede pode-se oferecer, além de textos, áudios, vídeos e animações. Com isso a matéria ganha aprofundamento, já que o vídeo e/ou o áudio adicionam informação visual e auditiva, podendo trazer emoção e complementando a reportagem.

Outro especialista, o autor Mike Ward (2007), considera que a web possui seis poderes: instantaneidade, alcance global, multimídia, arquivo, *links* e interatividade.

Instantaneidade: permite que um conteúdo seja acessado, no momento de sua publicação, e atualizado, ou seja, o repórter pode acrescentar a uma matéria publicada pela manhã, as novas informações que chegaram ao longo do dia.

Sobre o **alcance global**, Ward coloca que pode haver comparação com “comunicação em massa”. Logo em seguida, o autor explica que há diferença entre os termos, quando escreve que:

Cada usuário pode construir a sua própria conexão entre esses *sites*, um produto sob encomenda em vez de um produto produzido em massa (...) A web tem alcance global e consumo em massa, mas não um produto em massa ou capacidade para recuperação coletiva de uma única mensagem que caracteriza o meio de comunicação de massa tal como a televisão.

Sobre o uso de **multimídia**, Ward diz que existem vantagens em acessar arquivos de áudio e vídeo. São elas:

A facilidade de encontrá-los (você pode procurar o áudio e o vídeo que lhe interessam). A flexibilidade de acesso (você pode escolher quando assistir ou ouvir). O alcance de acesso (você pode ver e ouvir materiais que não conseguiria de outra maneira, como transmissões de outros países não disponíveis via cabo ou satélite). A capacidade de armazenamento (você pode ouvi-lo repetidas vezes).

O **arquivamento** une arquivos de áudio, vídeo, imagens e elementos que complementam o texto. Além disso, “a escala de materiais arquivados com base na *web* pode ser impressionante. Em meados de 2000 a *BBC News Online* calculou ter aumentado para 700 mil as reportagens em seus arquivos” (WARD, 2007, p. 142). Outra vantagem é que, através do campo de ‘busca’ do *site*, é possível encontrar todo o conteúdo armazenado desde sua criação.

Link/Hiperlink: permite que o usuário se direcione a outros materiais que tenham relação com o assunto abordado no último texto lido. O uso desta ferramenta confirma a ideia de texto para web. “Um texto curto e talentoso na web, que desperte o interesse do leitor, fará com que ele siga clicando e determinados tópicos ou retrancas, com links para determinados assuntos” (MOURA, 2002, p. 38)

A **interatividade** acontecerá no modelo bilateral – no segundo nível. Jornalista e usuários podem trocar informações no campo ‘comentário’, abaixo de algumas publicações, e trocar e-mails com sugestões de pauta.

Muitos jornalistas, incluindo os que trabalham com mídia impressa, estão adotando o e-mail. Alguns fornecem seus endereços eletrônicos no final dos artigos. Isso ocorre porque os jornalistas estão acima de todos os pragmáticos e abraçam qualquer tecnologia nova, caso possam ver o benefício. Basta alguns jornalistas mencionarem o grande lead que eles conseguiram a partir de um e-mail de um leitor para que os outros implorem ao editor pela mesma oportunidade. Feedback e ideias de reportagens de leitores são um primeiro exemplo do segundo nível de interação no modelo de comunicação bilateral.

A escolha por uma revista especializada exige que a informação seja clara, com linguagem simples, de fácil compreensão e aprofundada. Scalzo cita várias vezes que a segmentação é a própria essência do veículo revista, e é nela que se sabe exatamente qual é o público que se deseja atingir. Para a autora “na maior parte do tempo, o jornalista de revista estará ocupado muito mais em prestar um serviço do que em apresentar um furo de reportagem” (SCALZO, 2003, p. 55).

Nilson Lage (2001) afirma que os assuntos da ciência estão cada vez mais frequentes no jornalismo. Os repórteres ficam com a tarefa de transformar o conhecimento científico em informação, procurando tornar os conteúdos compreensíveis e atraentes para o leitor, aproximando o universo em que este vive e pensa.

Burkett (1990) trata sobre a relação do jornalista com as fontes de saúde:

Como redator você precisa de informação de pacientes. Mas como os equívocos na transmissão da informação médica sobre pacientes específicos podem tanto ser divulgados abertamente como guardados em sigilo, a informação confiável é quase não-obtenível sem a cooperação do médico. Alguns são mais cooperativos com os jornalistas do que outros e o ajudarão a obter o consentimento dos pacientes para as matérias assim como arranjarão tempo para entrevistas.

Para o autor, quem escreve sobre ciência deve sempre colher informações sobre efeitos colaterais específicos de qualquer tratamento que utilize substância química farmacêutica. “Nenhum produto químico suficientemente poderoso para ter um efeito significativo na neutralização de uma doença ou seus sintomas se apresentará sem alguns efeitos indesejáveis” (1990, p.162).

“Na maior parte do tempo, o jornalista de revista estará ocupado muito mais em prestar um serviço do que em apresentar um furo de reportagem” (SCALZO, 2003).

3. METODOLOGIA

3.1 Levantamento de Revistas e Portais

3.1.1 Revista Boa Forma

A capa da revista, da Editora Abril – edição de junho de 2012 – tem como foco principal a modelo e apresentadora de televisão Fernanda Lima com a seguinte chamada: “Quem diria que ela é mãe de gêmeos?”. A edição ainda fala sobre pele, dietas e treinos de academia milagrosos, seis sementes que afinam a cintura, beleza capilar e corrida. Mais adiante, são tratados assuntos como hábitos femininos, beleza, nutrição e *fitness*.

Além da edição impressa e do *site*, Boa Forma dá aos leitores dicas via *Short Message Service* (SMS), possui *mobile site*, *instagram* e aplicativo para *iPad*, disponível para compra na *Apple Store*.

a. Da edição impressa (anexo A¹)

Com 146 páginas, a revista é dividida em quatro seções: estrela da capa, beleza, dieta e nutrição e *fitness*. Há, em cada setor, espaço para leitoras, famosos e editores comentarem assuntos pertinentes – dando dicas de beleza, relatando suas experiências, as dietas –, além da publicidade que também acontece de acordo com o tema de cada editoria.

b. Da edição *online* (anexo A²)

O *site* de Boa Forma é dividido em dez editorias, sendo elas: dieta, *fitness*, desafios, beleza, *news*, saúde e bem-estar, teste, TV Boa Forma, colunas e *blogs* e revista. Em sua grade é possível acessar as matérias da edição impressa, além das calculadoras que indicam a quantidade calórica de uma dieta, o índice de massa corporal (IMC) e o índice de gasto calórico da leitora.

3.1.2 Revista Corpo a Corpo

A capa da revista, da Editoria Escala – edição de junho de 2012 – traz a atriz Bruna Linzmeyer, dizendo que aposta na corrida para enxugar as medidas e liberar o estresse. Os

destaques da revista são: as últimas novidades para acabar com a flacidez, as rugas e as manchas da pele em tempo recorde; especial corpo perfeito com dicas de tratamentos, cirurgias, cremes e truques para melhorar o contorno do corpo; *hot body* – a dieta que seca um quilo por semana –; aulas de circo que modelam os músculos e queima calorias; e as unhas e cabelos que fazem mais sucesso com os homens.

Além da edição impressa, o leitor pode encontrar o material nas redes sociais – *Facebook, Orkut e Twitter* –, no aplicativo para *iPad*, disponível na *Apple Store* e através de SMS pelo celular.

a. Da edição impressa (anexo B¹)

São 162 páginas divididas em quatro seções: mais bonita, corpo em forma, magra e saudável e sempre aqui.

b. Da edição *online* (anexo B²)

A versão *online* traz as matérias mais lidas do *site* e sete editoriais: famosas, dieta, *fitness*, beleza, cabelos, transformação e corpo e rosto. Endereços de blogs com assuntos relacionados e matérias de todas as edições também podem ser encontrados.

3.1.3 Revista *Dieta Já!*

A revista, da Editora Escala – edição de junho de 2012 – traz na capa a foto de uma torta de morango com a seguinte pergunta: “Qual é o truque desta receita que passou de 306 para 74 calorias?”. As outras chamadas do número trazem receitas *light*, ideias diferentes para incrementar as saladas, as melhores opções de carboidratos, dieta para amenizar os efeitos da gripe, chá-terapia, dieta milagrosa do limão para eliminar dois quilos em 48 horas e, ainda, dicas dos jogos de videogame que fazem a pessoa entrar em forma sem precisar sair de casa.

Além da edição impressa, *Dieta Já!* conta dá ao leitor a possibilidade de encontrar seu conteúdo em redes sociais – *Facebook, Orkut e Twitter* – e no aplicativo para *iPad*, disponível na *Apple Store*. O serviço de SMS também é utilizado.

a. Da edição impressa (anexo C¹)

A divisão das 82 páginas é feita com base nos seguintes assuntos: *fitness*, nutrição, receitas e saúde. No final da revista o leitor encontra a parte de serviço, onde são listados os produtos que aparecem naquele número.

b. Da edição *online* (anexo C²)

O *site* de Dieta Já! é dividido em seis editorias: emagrecimento, saúde, nutrição, beleza, bem-estar e *fitness*. Nele, é possível acessar matérias da edição impressa, de edições anteriores, calculadora IMC, receitas *lights* e guia de calorias.

3.1.4 Revista *Men's Health*

A capa da revista– edição de junho de 2012 – da Editora Abril, tem como foco principal o corpo perfeito. “Ganhe um corpo dez por cento mais forte. O plano de seis passos para trincar em um mês” é a chamada com maior destaque na página. Outros temas abordados são problemas de saúde – câncer, diabetes e coração – álcool, relacionamento e moda.

a. Da edição impressa (anexo D¹)

Men's Health é composta por 130 páginas com dicas para uma vida saudável e matérias que falam de nutrição, sexo, esportes e vida profissional. A variação de preto e branco na diagramação de MH demonstra o visual masculino da revista.

b. Da edição *online* (anexo D²)

O *site* de *Men's Health* é dividido em 11 editorias, sendo elas: *fitness*, sexo e relacionamento, nutrição, saúde, moda, cuidados pessoais, cabeça de homem, enquetes, fotos, vídeos e revista. Em sua grade é possível acessar as matérias da edição impressa do mês atual e anteriores.

3.1.5 Revista *Pense Leve*

A capa da revista, da Grupo 1 Editora – edição de junho de 2012 – vem com a imagem de um pão integral e quatro assuntos em destaque: Pães, dieta atlântica, *rolfing* (técnica de massagem para alinhar a coluna vertebral) e libido em alta. São 66 páginas abordando assuntos relacionados à nutrição e saúde.

Além da edição disponível nas bancas, os leitores podem encontrar o conteúdo da revista nas redes sociais – *Facebook*, *Orkut* e *Twitter* –, no aplicativo para *iPad*, disponível para compra na *Apple Store*. Não há disponibilização de material no *site*.

a. Da edição impressa (anexo E¹)

São cinco editorias: sempre, nutrição, saúde, *fitness* e bem-estar. Grande parte da revista é composta por matérias e dicas da editoria de nutrição, das páginas 12 a 40. Além de editores e repórteres, participaram da edição de junho: nutricionista, ginecologista, dermatologista e *personal trainer*.

b. Da edição *online* (anexo E²)

O *blog* de *Pense Leve* é dividido em oito editorias: *Pense In*, *Sentir Bem*, *Pitadas de sabor*, *Movimentar*, *De lá pra cá*, *Estar bela* e *Concursos*. Lá o leitor pode encontrar conteúdos diferentes aos mostrados na versão impressa e buscar novas informações.

3.1.6 Revista *Saúde é Vital*

A revista, da Editora Abril – edição de maio de 2012 – traz na capa a imagem de um ovo frito com a chamada: “Você pode e até deve comer mais ovo” e ainda chama a atenção para outras 11 reviravoltas da medicina. Dentre os demais assuntos em destaque, estão: a relação entre cáries, doenças cardíacas e diabetes, o papel das gorduras na fertilidade masculina, a pipoca ter mais antioxidante que muita fruta, tratamentos mais eficazes contra o câncer, doença de Parkinson com menos sintomas, e guia para tirar o máximo proveito da conexão *bike*/saúde.

a. Da edição impressa (anexo F¹)

São 82 páginas divididas em 16 seções: ao leitor; mural do leitor; internet, que traz o resultado da enquete do mês anterior; compare - que faz a comparação de dois alimentos - nesta edição entre o peixe e o frango; nutrição; medicina; maturidade; alternativa, sobre alternativas naturais para a saúde; *fitness*; balança, que trás dicas e informações científicas; sempre quis saber; pet saudável, com informações sobre animais de estimação; filhos; papo-cabeça; zoom – que mostra fotos ampliadas pelo microscópio de bactérias, bacilos e outros microorganismos existem nos alimentos – e *quiz*, que contém três perguntas sobre as matérias publicadas na edição do mês.

b. Da edição *online* (anexo F²)

O *site* de Saúde é Vital é dividido em oito editorias: nutrição, bem-estar, medicina, corpo, família, bichos, testes e especiais. Também existe uma seção com a dieta dos pontos – se tem acesso à tabela, calcular a cota de gordura trans que se está consumindo e o limite de pontos diários que se pode fazer. É possível acessar as matérias da edição impressa do mês e datas anteriores.

3.1.7 Revista Viva Saúde

A revista, da editora Escala – edição de junho de 2012 – traz na capa a ilustração de alimentos separados por cores, com o seguinte foco: cromoterapia no prato. As outras chamadas falam sobre cérebro apaixonado, filho único, sete causas possíveis para o cansaço físico e mental, teste para saber se o ciclo menstrual está normal, dicas de como se exercitar e regras para quem quer colocar silicone.

a. Da edição impressa (anexo G¹)

A versão impressa tem 98 páginas e quatro editorias: Nutrição, Clínica geral, Viver bem e Família. Na última página encontramos a seção “O que aprendi nesta edição”, que mostra um resumo dos principais assuntos da revista.

b. Da edição *online* (anexo G²)

O blog de Viva Saúde também apresenta quatro editorias: Nutrição, Clínica geral, Viver bem e Família. Nele, é possível acessar as matérias das edições anteriores e atual.

3.1.8 *Revista Vivendo Bem Com Diabetes*

A revista, da Editora Escala, lançou sua primeira edição em junho de 2012. São 176 páginas que explicam o conceito da doença, os tipos de diabetes, tipos de insulina, testes de monitoramento, doenças oculares, terapia nutricional, as gorduras benéficas e outros assuntos relacionados.

Além da equipe de editores e repórteres, também há participação dos médicos e consultores paulistas Dr. Roberto Betti, endocrinologista, e Dra. Rosa Maria Rahmi Garcia, endocrinologista e diabetologista.

a. Da edição impressa (anexo H)

Os textos são divididos em uma, duas ou três colunas, com fontes não serifadas. Na maioria das páginas, existem boxes que explicam ou exemplificam o que é falado na matéria e todas são ilustradas.

3.1.9 *Revista Women's Health*

A revista, da Editora Abril – edição de junho de 2012 – também tem foco principal no corpo perfeito. A chamada com maior destaque é “Dieta da barriga chapada – para quem ama comida”. *Fitness*, saúde, beleza e sexo também são temas da capa.

a. Da edição impressa (anexo I¹)

Women's Health é composta por 98 páginas com dicas para uma vida saudável e matérias que falam de nutrição, sexo, esportes e vida profissional. A variação de vermelho e branco na diagramação de WH demonstra o visual feminino da revista. As ilustrações e os textos são bastante coloridos.

b. Da edição *online* (anexo I²)

O site de *Women's Health* é dividido em oito editorias com matérias das edições anteriores e atual da versão impressa. Em uma delas, a leitora pode encontrar *blogs* de assuntos relacionados à saúde e beleza.

4. VIVER SAUDÁVEL

A falta de um produto voltado especificamente para o tema de restrições e transtornos alimentares foi a principal motivação para a realização do projeto experimental. O primeiro passo após a escolha do tema a ser abordado foi a análise de nove revistas conhecidas do público consumidor brasileiros. São elas: Boa Forma, Corpo a Corpo, Dieta Já!, Men's Health, Pense Leve, Saúde é Vital, Viva Saúde, Vivendo Bem com Diabetes e Women's Health.

Desde o início do projeto as autoras dividiram tarefas. Análise de revistas (impressas e digitais), referências bibliográficas e assuntos abordados em *Viver Saudável*. Tudo foi dividido até a entrega do produto.

A seleção dos assuntos que entrariam na inauguração do *site* facilitou o trabalho e a marcação das entrevistas. A divisão de temas foi feita da seguinte maneira: a aluna Gabriela Vogado ficou responsável pela parte de intolerâncias alimentares (glúten e lactose) e diabetes; e Nádia Laís com os distúrbios ou transtornos alimentares (anorexia, bulimia e vigorexia).

As entrevistas foram realizadas no mês de outubro e feitas pessoalmente. As autoras consideram que o contato direto com as fontes é mais proveitoso, pois as possíveis dúvidas que surgirem ao longo da entrevista podem ser sanadas no momento, permitindo que a matéria fique mais esclarecedora.

Para construírem um produto voltado para a saúde, as autoras pesquisaram sobre os assuntos, através de artigos científicos e matérias já publicadas sobre os tópicos, inclusive matérias com personagens da mídia acometidos por eles. Além dessas, outras fontes de informação foram psicólogos, nutricionistas, *personal trainers* e médicos.

Após reunir todas as informações necessárias, as matérias foram escritas, as fotos escolhidas e editadas e os arquivos de áudio e vídeo preparados para serem utilizados no *site*.

Toda a parte de diagramação foi desenvolvida pelo designer gráfico Israel Cerqueira, que em uma reunião feita no Sebinho da 407 Norte, no dia 3 de outubro, esclareceu as dúvidas e orientou a melhor maneira de viabilizar os anseios e expectativas apresentados a ele.

4.1 Das fontes

A fonte escolhida para o logotipo da revista foi a Gill Sans, e para os textos e títulos das matérias foram usadas Lucida Sans Unicode, tamanho 12 no corpo do texto, 18 nos títulos e 14 nos subtítulos.

4.2 Das cores

As cores podem ter influência psicológica sobre o ser humano já que, de acordo com estudos feitos na área de psicologia das cores, transmitem impulsos e reações para o corpo. Durante o curso de Comunicação Social foram ministradas aulas de uma matéria chamada “História da Arte”, onde as alunas tiveram contato com as cores e seus significados e entenderam que, dependendo da área de atuação em comunicação, é necessário ter um conhecimento das teorias básicas das cores e saber como elas interagem entre si.

As cores exercem certa influência no estado psicológico das pessoas. Segundo Pedrosa (1989, p.18):

[...] o fenômeno da percepção da cor é bastante mais complexo que o da sensação. Se nesta entram apenas os elementos físicos (luz) e fisiológicos (o olho), naquela entram, além dos elementos citados, os dados psicológicos que alteram substancialmente a qualidade do que se vê.

A definição da escolha das cores veio através de pesquisa sobre as reações que elas provocariam com o estímulo visual. Portanto, a escolha foi por tonalidades de verde e laranja.

O verde, porque simboliza a saúde, é a cor da cura. Ele passa a sensação de harmonia e equilíbrio, alivia e acalma, tanto física quanto mentalmente, e é a cor que menos cansa as vistas. É classificado como cor secundária, pois é a junção do amarelo com o azul e fica na fronteira entre as cores quentes e as frias.

A cor laranja é a cor da comunicação, da segurança e da confiança. Transmite energia, ativa a curiosidade e é vibrante. Por ser estimulante, é considerada a cor do plano mental. É classificada como cor secundária, pois é resultante da mistura do vermelho com o amarelo e é considerada uma cor quente (anexo J).

CONCLUSÃO

Produzir uma revista em menos de quatro meses, considerando que tivemos de agosto a outubro pra concluir todas as pesquisas, matérias, entrevistas, escolher o *layout* e detalhes da página, foi um grande desafio. Foram meses de levantamento das principais revistas do mercado, pesquisas bibliográficas, conversas com profissionais de programação de site, entrevistas com profissionais especializados nos assuntos. Depois de tudo concluído vem a sensação de que valeu a pena tanta correria e esforço. Afinal de contas, nosso “filho” nasceu!

Logo que entramos na faculdade de jornalismo, veio a notícia de que a obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão não era mais uma imposição, que ficava a critério do empregador exigir ou não o diploma, ou seja, a profissão não era mais regulamentada a partir de 2009.

É claro que durante muito tempo ouvimos algumas pessoas nos desencorajando a continuar o curso por este motivo e por motivos financeiros também. “Jornalista ganha pouco”. “O negócio é fazer concurso público”. Mas nós, determinadas, decidimos continuar com a paixão que já havia nos tocado, pois nunca pensamos em trabalhar apenas pelo dinheiro, mas sim pela satisfação pessoal e, hoje, definitivamente, temos a certeza de que fizemos a escolha certa em continuar o curso, que passou tão rápido e já deixa saudades.

Outra coisa apaixonante no jornalismo é a liberdade e a possibilidade de expandir os conhecimentos. O repórter tem que ir atrás da notícia e com isso, ampliamos nossa rede de contatos, conhecemos vários lugares, outras realidades. Enfim, o jornalismo é uma profissão dinâmica, que permite ao profissional viver longe da rotina que existe nas outras profissões. Além do fato de cada pauta ser um novo mundo que se abre a nossa frente para ser explorado.

Com o passar do tempo, vendo os resultados do trabalho de conclusão de curso, ficamos mais animadas e com essa motivação optamos por dar continuidade à revista, alimentando o site periodicamente com notícias, matérias, dicas e receitas. Nós realmente acreditamos no projeto e podemos dizer que nosso objetivo inicial foi alcançado.

Uma característica de todo jornalista é a curiosidade, a vontade de ir a fundo e apurar, de gostar de estar com gente, de saber das informações direto da fonte, aprender e transmitir as histórias. Nos vemos como prestadoras de serviço para a sociedade e pretendemos fazer o nosso melhor para dar informações com qualidade e credibilidade.

Encerrar a graduação é ver um ciclo da vida terminando para que outro possa começar. Estamos agora entrando no ciclo profissional, onde nos aperfeiçoaremos com as experiências que virão.

REFERÊNCIAS

- BOA FORMA. São Paulo: Abril, n. 06, jun. 2012. Mensal
- BURKETT, Warren. **Jornalismo científico:** como escrever sobre ciência, medicina e alta tecnologia para os meios de comunicação. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1990.
- CORPO A CORPO. São Paulo: Escala, n. 282, jun. 2012. Mensal
- DIETA JÁ. São Paulo: Escala, n. 208, jun. 2012. Mensal
- LAGE, Nilson. **A Reportagem:** teoria e técnica de entrevistas e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Record, 2001.
- MEN'S HEALTH. São Paulo: Abril, n. 74, jun. 2012. Mensal
- PENSE LEVE. São Paulo: Grupo 1, n. 239, jun. 2012. Mensal
- PEDROSA, Israel. Da cor à cor inexistente. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2009.
- PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. **A apuração da notícia:** métodos de investigação na imprensa. Petrópolis: Vozes, 2006.
- PINHO, J.B. **Jornalismo na Internet:** planejamento da informação online. São Paulo: Summus, 2003.
- PRADO, Magaly. **Webjornalismo.** Rio de Janeiro: LCT, 2011.
- SAÚDE É VITAL. São Paulo: Abril, n. 350, mai. 2012. Mensal
- VILAS BOAS, Sérgio. **O estilo magazine:** o texto em revista. São Paulo: Summus, 1996.
- VIVA SAÚDE. São Paulo: Escala, n. 110, jun. 2012. Mensal
- VIVENDO BEM COM DIABETES. São Paulo: Escala, n. 01, jun. 2012. Mensal
- WARD, Mike. **Jornalismo online.** São Paulo: Roca, 2006.
- WOMEN'S HEALTH. São Paulo: Abril, n. 44, jun. 2012. Mensal

ANEXO A - Revista Boa Forma



Figura 1: Capa da revista BOA FORMA de junho de 2012

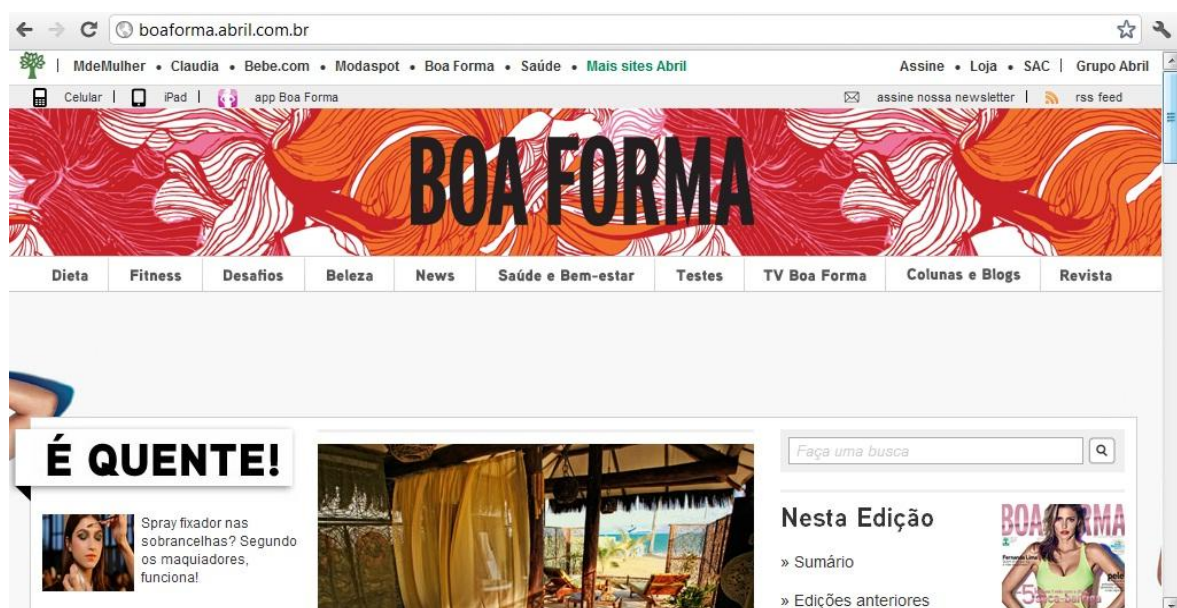


Figura 2: Site de BOA FORMA em 17 de junho de 2012

ANEXO B – Revista Corpo a Corpo



Figura 3: Capa da revista CORPO A CORPO de junho de 2012



Figura 4: Site de CORPO A CORPO em 17 de junho de 2012

ANEXO C – Revista Dieta Já!



Figura 5: Capa da revista DIETA JÁ de junho de 2012



Figura 6: Site de DIETA JÁ em 17 de junho de 2012

ANEXO D – Revista Men's Health



Figura 7: Capa da revista *MEN'S HEALTH* de junho de 2012

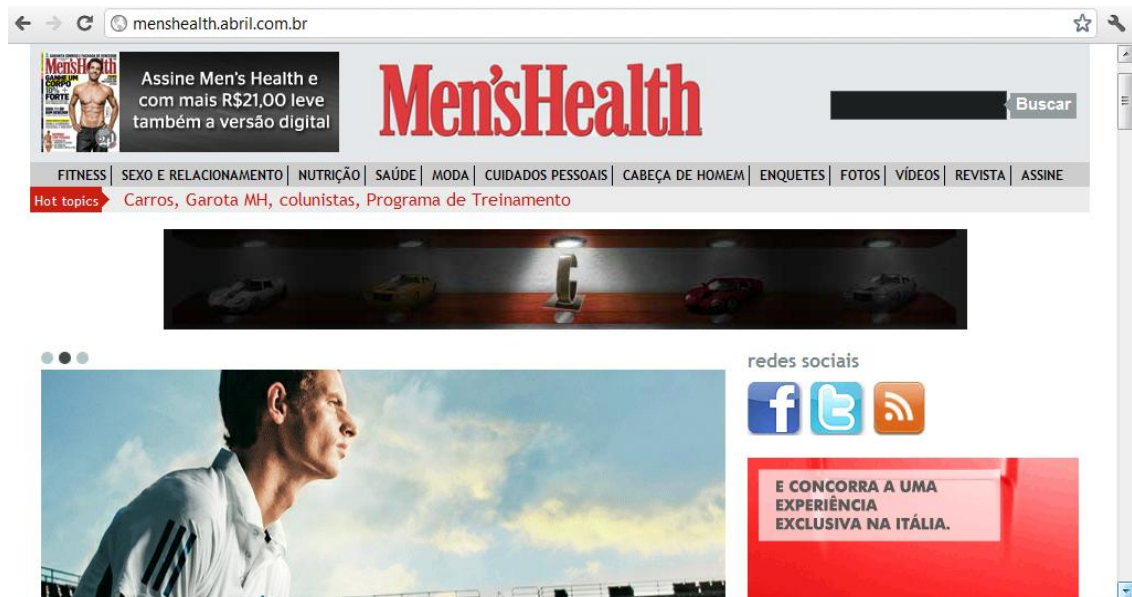


Figura 8: Site de *MEN'S HEALTH* em 17 de junho de 2012

ANEXO E – Revista Pense Leve



Figura 9: Capa da revista PENSE LEVE de junho de 2012



Figura 10: Blog de PENSE LEVE em 17 de junho de 2012

ANEXO F – Revista Saúde é vital



Figura 11: Capa da revista SAÚDE É VITAL de maio de 2012



Figura 12: Site de SAÚDE É VITAL em 17 de junho de 2012

ANEXO G – Revista Viva saúde



Figura 13: Capa da revista VIVA SAÚDE de junho de 2012



Figura 14: Site de VIVER SAÚDE em 17 de junho de 2012

ANEXO H – Revista Vivendo bem com Diabetes

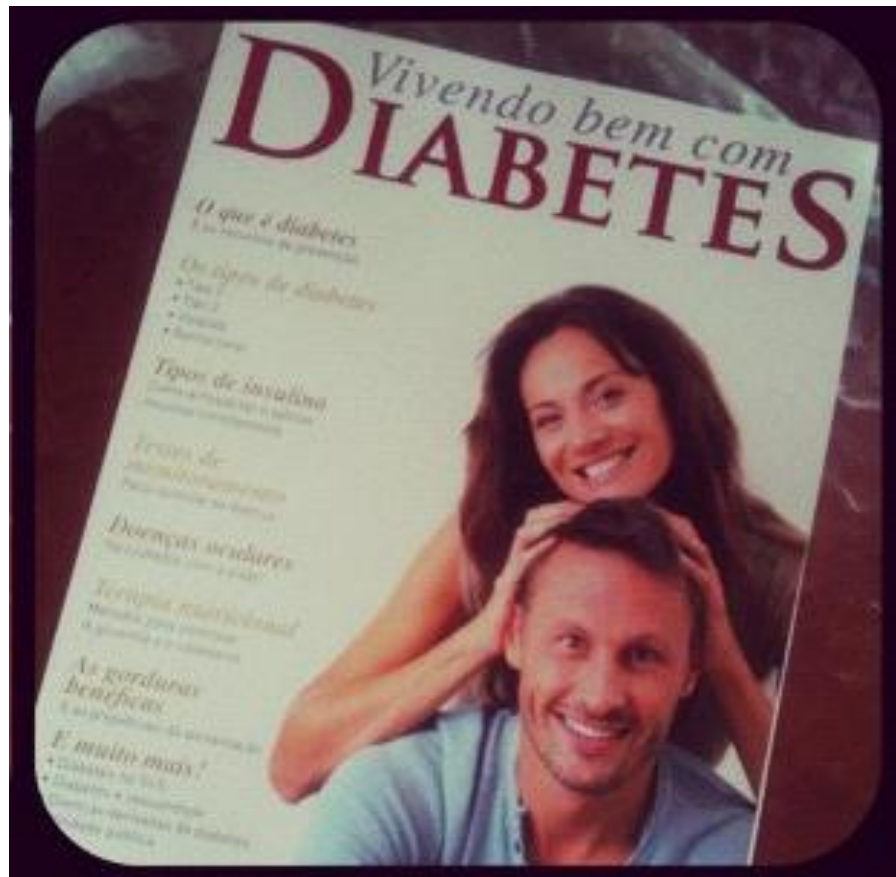


Figura 15: Capa da revista vivendo bem com diabetes de junho de 2012

ANEXO I – Revista Women's Health



Figura 16: Capa da revista *WOMEN'S HEALTH* de junho de 2012



Figura 17: Site de *WOMEN'S HEALTH* em 17 de junho de 2012

ANEXO J – Revista Viver Saudável

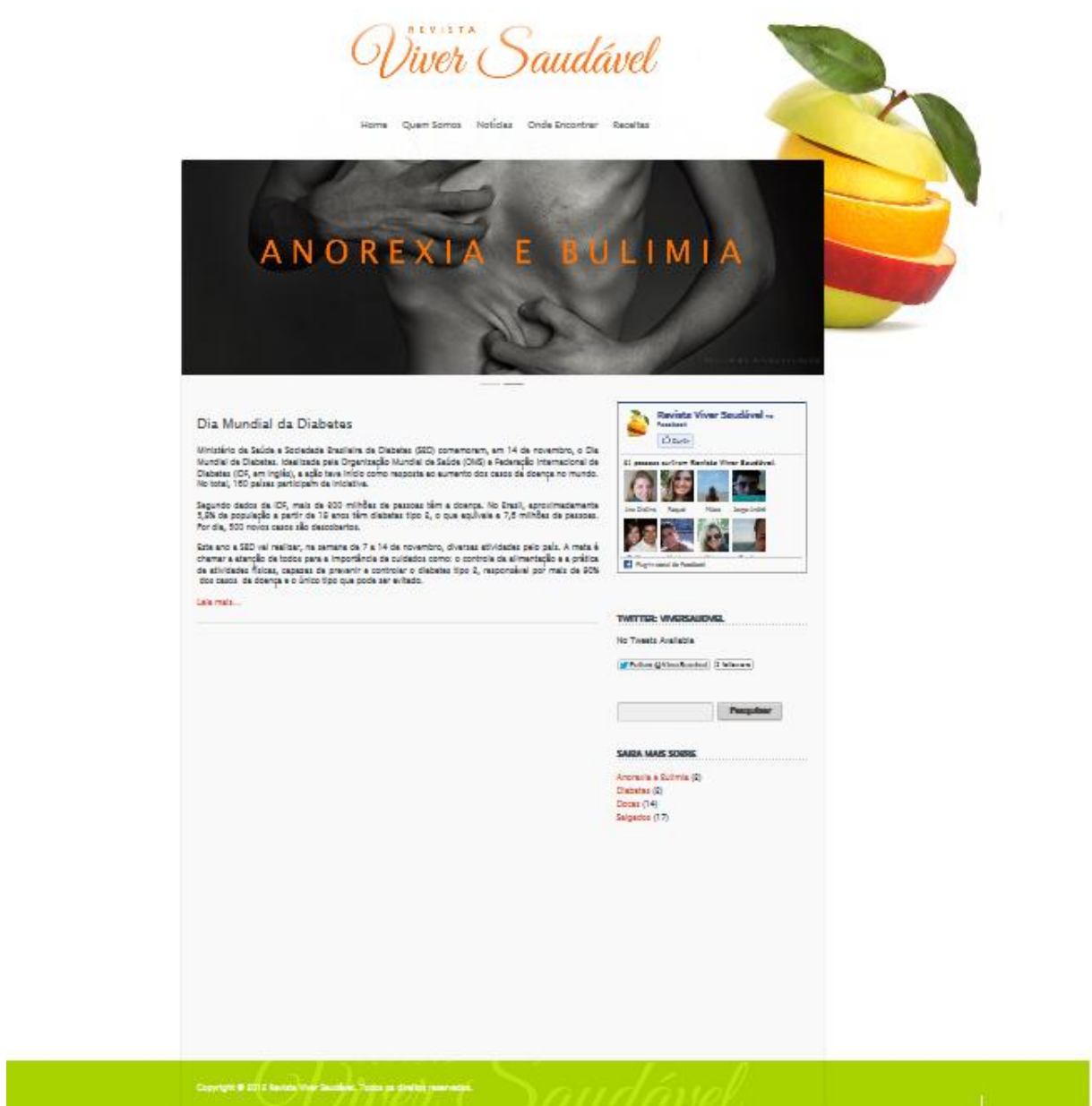


Figura 18: Site de Viver Saudável